

## 研究論文

## ツーリズムの記号論的展開過程

—わが国における観光概念の規定の前進のために—

## Semiotics of Tourism:

Towards a Semiotic Analysis of the Both Words, *Kanko* and *Tourism* in Japanese Language

大橋 昭一

Shoichi Ohashi

和歌山大学観光学部

キーワード：ツーリズム研究、記号論、観光

Key Words : tourism studies, semiotics, *kanko*

## Abstract :

Semiotic analyses of tourism have recently become to prominence worldwide. This paper surveys the development process based on main frameworks, in order to find out the key factors for understanding the relations between the both words : *kanko* and *tourism* in Japanese, which are claimed to be an essential starting point for studying tourism in Japan.

## I. 序—本稿の課題

記号論 (semiotics) は、一言でいえば、記号 (sign) の意味 (meaning) に関する研究をいうもので (M3,p.1)、その場合、記号には言語、ブランド、音声、ジェスチャー等も含まれる。

記号論が学問的にどのようなものかは、近年における記号論的分析の盛行とともに、種々な形で論じられている。そのなかでも留意されるべきことは、一世を風靡したアクターネットワーク理論では記号論との交織関係が前提であり、またそれ以外の分野でも記号論分析を進めることが行われていることである。まず後者についてみると、例えば経済理論等ではかなり体系的な取り組みがなされている (この点については別拙稿 (Q 7, 8, 9,10) を見られたい)。

ツーリズム研究で大いに注目されるのは、なんといっても前者の問題、すなわちアクターネットワーク理論と記号論との関連である (アクターネットワーク理論についてはQ 4, 5, 11 参照)。この点について、例えばヘスタッカー (Høstaker,R.) はすでに 2005 年の論考 (文献 H2) でこの問題を集中的に論じ、アクターネットワーク理論の代表的論者の一人である「ラトゥール (Latour,B.) の説では、常に記号論が基本的ツールになってきた」と論評している (H2. p.5)。このように、アクターネットワーク理論も実質的に記号論として展開されるものであるならば (文献 D2 参照)、ツーリズム研究ではまず記号論的論考こそが取り組むべき課題となる。

一方、わが国独自の問題として、ツーリズム研究の理論的出発点となるものが用語上では「観光」か「ツーリズム」か

という問題がある。英語では *tourism* であるもの、あるいはそれに相当する事象には、日本語では「観光」と「(カタカナの) ツーリズム」との 2 つの用語 (記号) があり、その使用・区別の仕方には理論的に明解とはいえない点がある。

例えば「World Tourism Organization (UNWTO)」は、日本語では正式には「世界観光機関」と訳されているが、これは「世界ツーリズム機関」と訳すことも可能である。ここでは *tourism* は、「観光」と訳され、「ツーリズム」とはされていないが、何故であろうか。これは日本語における(ツーリズムとは異なる)「観光」の本義にかかわる問題であり、こうした問題は、何よりも記号論的に攻められ、あるいは攻められねばならないものである (この点についてはQ 1, 6 も参照されたい)。

本稿は、以上のような問題意識にたって、記号論に立脚したツーリズム理論にはどのようなものがあるか、つまり、ツーリズムの記号論的分析はどのように進展してきたものであるかについて、主たる試みをレビューすることを課題とするものである。

ただしこの場合留意されるべきことは、例えばエーコ (Eco,U.) はじめ多くの記号論者も認めているように、現在のところ、記号論は特定の学問というよりは、1 つの学問方法論であり、かつ理論内容においてかなり多様な状態にあることである (E 訳書 I, 10 頁)。このことは、気鋭の記号論者であるリーウヴェン (van Leeuwen,T.) が「記号論の著作では『記号論とは何か』からスタートするものが多い」と述べていることと照応する (L3, p.2)。この点に従っていえば、本稿筆者としては、最初に本稿で前

提とする記号論の概要を示すべきところであるが、この点は別拙稿(Ω 7,8)で行っているの、それをみていただきたい。

ただし本稿で前提とする記号論は、前掲拙稿(Ω 7,8)で「構造主義的(structuralist)記号論」(例えば文献H1)とよんでいるものであること、および、本稿では英語の tourism は多くの場合「ツーリズム」と表記しているが、「観光」と表記している場合もあることをお断わりしておきたい。なお、参考文献は末尾に一括して記載し、典拠箇所は文献記号により本文中で示した。

まず最初に、カラー(Culler,J.)の記号論的ツーリズム論(文献C4)を考察する。これは1990年発表のもので、記号論的ツーリズム論の先駆的存在といっているものである。

## II. カラーの記号論的ツーリズム論

### 1. トラベルとツーリズムをめぐって

カラーの論考(文献C4)において主たる論点となっていることは、トラベル(travel)という事柄に対して、ツーリズム(tourism)という事柄は社会的認識では価値が低いものとみなされ、貶置されるべきものとされているが、これは何よりもトラベルという用語に対し、ツーリズムという用語が記号論的意味的において低いものとみなされているためであるから、これを是正し、ツーリズムという用語の評価を高いものとする必要があるところにある。

こうしたことのきっかけになったのは、1841年のトーマス・クック(Thomas Cook)の試みに代表される、当時から盛んになったパッケージツアーである。パッケージツアーでは、旅行・宿泊・見物などについて企画や手配等はすべて旅行者によって行われ、旅行者はツアー参加者として受動的に旅行者の指示に従って行けばいいだけのものとなるが、当時イギリスでは、そうしたものはトラベルとはいえない。ツーリズムというべきであるという声が上がった。

こうしたパッケージツアーはトラベルとはいえないという批判論は、多くがそれまで旅行を独占してきた上層階層を中心に起きたもので、トラベルとは旅行の企画・手配・旅行中の危険対応などを旅行者自らにおいて行うものであって、それを他人(旅行者)にすべて任せ、自らはその指示に従って行けばいいというようなものは、トラベルとはいえないと主張するものであった。こうしてトラベルは望ましいものであるが、ツーリズムは望ましいとはいえないという(記号論的)意味、すなわち考え方、文化が広まった。

この点についてカラーは、トラベル礼賛論にくらべて、少なくとも当初はツーリズムの積極的擁護論が少なく、ツーリズム批判が現代文化上推進されるべきものとされたところに直接的原因があるとしている。というのはトラベル礼賛論からみれば、ツーリズムは多くが外見上、ツアー客がガイドに引率された一群の群れごときものでしかなかったからである。

しかしこうした考え方は、今日のような旅行の大衆化という観点からは時代遅れで、懐古主義的貶置論(nostalgic vituperation)

tion)と言わざるをえないものである。こうした懐古主義的貶置論文化に対抗するためには、「ツーリズムは何よりも記号論的アプローチを必要とする」とカラーは力説する(C4,p.1)。

つまり、トラベル文化とツーリズム文化ともいべきものがあり、それは、端的には、トラベルとツーリズムとの用語上(記号論上)の対決となっているというのである。この論考で、ツーリズムに関してカラーが言わんとするところは、この点に尽きるといってもいいが、かれはこの点を補足し補強するいくつかの命題を提示している。

まず第1に、カラーは「ツーリストは何よりも記号論というエージェント(agent of semiotics)である」ことを強調している。ここでカラーは、歴史的経緯に言及し、大筋でみると、1939年に境にトラベルからツーリズムへの転換が起きたことを確認し、それ以後の時代には「(トラベルとは全く異なった)ツーリズムがあるだけである。もしトラベルがあるとしても、ホテルの予約もできないような所に旅行するようなものがあるだけの時代となった」(C4,p.2)と規定している。

それ故第2に、ツーリズムの側からいえば、「ツーリストと真のトラベラーとを区別しておきたいとする欲求は、逆にツーリズム擁護論側の主張の一部となっている。すなわちそれは、ツーリズムにとって不可欠(integral)のものとなっている。故にトラベラーとツーリストとの間を区別することは普遍的で、どこでも行われるものとなっている。これは実に印象深いことである」(C4,p.3)と論じている。

このうえにたつて、このトラベラーとツーリストとの区別、正しくはトラベラーからツーリストへの移行は、すでにブーアスチン(Boorstin,D.;文献B4)によって指摘されていたもので、これに関連して注目されるべき次の2点がブーアスチンにより明らかにされていることを紹介している(cited in C4,p.3)。すなわち、これによってツーリズムは商品になったということ、および、トラベルと異なるツーリストの主たる行為として sight-seeing が挙げられるようになったのは、当時(1847年)であったことである。ブーアスチンはさらに、鉄道による旅行が一般化するとともにトラベルは消滅したことも指摘している。

第3に、この場合看過されてはならないことは、ツーリストといっても一律的なものでは決してなく、ツーリストのなかでは自己を他のツーリストたちから区別しようとする傾向があることである。このことは、今日では、表面的観察者に過ぎない評論家すらも認めているほど一般的な見解であるが、今日のツーリストたちは、すべてが往時のそのように、一律的にグループで旅行・行動するものではなく、パッケージツアーでも、当該ツアーの枠内で、個人的行動をするようにするものが増えているし、個人旅行を主体にしてパッケージツアーに加わるものも結構ある。

こうした人に特徴的なことは、これらの人では、一律的パッケージツアー旅行者に対し一種の優越感を持っていることが多いことである。こうした傾向は、多かれ少なかれ、パッケージ

ツアーでも個人的好みを発揮する者にみられる。この点についてカラーは、「ツーリストである者のなかには、他のツーリストが自分を（同種類の単なる）ツーリストとみるであろうことを嫌い、それをできる限り排除しようとするものが結構ある」と述べ、さらに続いて「ツーリズムは確かに現代資本主義文化（modern capitalist culture）の決定的特色をなすといっているものであるが、しかしそれは、（ツーリスト個人の相互間で）共同意識（community）を作り出すものというよりは、むしろ敵愾心（hostility）を生み出すものである」（C4, p.4.カッコ内は大橋のもの、以下同様）と書いている。現代ツーリズム、従って観光の本質を考えるうえで、実に興味深い指摘である。

トラベラーとツーリストの問題は以上とし、次にツーリズムにおける本物性（authenticity）の問題についてカラーがどのように論じているかを考察する。この問題もともとブーアスチンにより取り上げられたものである。

## 2. 本物性をめぐって

この点においてカラーが出発点としているものは、次の点である。すなわち、ツーリストが観ようとするものは、何よりも本物たるものであるが、しかし実際には、必ずしもそれにこだわらず、例えば見映えの良いものならば本物でなくても良しと考えている者が多いという事実である。

そこでまず第1に、本物性と非本物性の区別、換言すれば、元々あるもの（the natural）とツーリスト用のもの（touristy）との区別は、ツーリズムにおける重要な記号論的作用因（semiotic operator）であると規定し、それは次の点に、すなわち「近代化（modernity）は本物的なものを喪失させ、本物は要するに過去にしかなかったものという観念を生み出すものである」という点に由来するものであるとする。

このため、記念品・土産品・情報（以下カラーに従いマーカーという）も記号論的意味が問題となる。これがここでの問題の第2点である。この点についてカラーは「ツーリズム批判論は、こうしたマーカーの盛行に困惑し、その記号論の本質を見誤っている」と評するとともに、マーカーはもともと当該ツーリズム目的地についてプロパガンダ価値があるもののみを取り上げ、他の多くのものを捨象しているものであるが故に、一種のトラップが起こることが多い。というよりは、それが前提となっているものが多い、と論じている（C4, p.6）。

このうえにたってカラーは、本物性には2種のものがあるという。これが第3点である。すなわち「真の本物」と、マーカーなどで紹介されるところの「本物」である。後者はもともとパーシー（Percy, W.: 文献 P2）により提起された命題であるが、端的にはカラーによると次のことをいう。例えばナイアガラの滝でいうと、その雄大さ（本物性）を直接体験し知ったのは、最初の発見者であり、少なくとも「ナイアガラの滝」という名称をつけた者（だけ）である。

それ以降ではほとんどすべてのツーリストたちは、なんらか

のマーカーでナイアガラの滝という名と雄大さを知り、一言でいえば、「ナイアガラの滝」という名に惹かれ、そうよばれているものを見ようとして来訪した者たちである。つまり、かれらの多くは、ナイアガラの滝自体を目指して来た者ではなく、正確に言えば、「ナイアガラの滝とよばれているもの」を見たい者たちである。記号論的にはそう理解される。

それ故、カラーによれば、「ナイアガラの滝」という名を伏せたまま、そこに案内されたツーリストのなかには、ナイアガラの滝を目前にしつつ、「ナイアガラの滝はどこにありますか」と尋ねる者があることになろう、ということになる。少なくともナイアガラの滝を目前にして、「これがナイアガラの滝か」とその名称を改めて確認する者は多い。

これは、多くのツーリズム目的地にも妥当する。テレビ番組で有名になったツーリズム目的地に多くのツーリストたちが押し掛けるのはこのゆえんであり、本稿筆者では「メディア化されたツーリズム」と名づけているものである（文献Ω 1, 103-104 頁）。

このことは、そうした「メディア化されたツーリズム」が「真の本物性探究のツーリズム」かどうかは別にして、ツーリズム目的地の名称自体が、ツーリズムの目的になることを示している。ここで注目されることは、カラーが記号理論のなかでも、ソシュール（de Saussure, F.）の説に特徴的な用語を用いて、記号やサインについてシニフィアン（signifiant; signifier: 通常は「記号表現」と訳される）と、それによってツーリストにおきる表象（物）であるシニフィエ（signifié; signified: 通常は「記号内容」と訳されるが、本稿では単に「表象」という場合もある）との間で相互交換現象がおきると説明していることである。このことはカラーが、記号理論において基本的にはソシュールの説に立つものであることを示している。

ところで本物性の問題は、ツーリズム論においては、フロントステージ（front stage）とバックステージ（back stage）の問題と結び付いている。次にこの問題についてのカラーの見解をレビューする。

## 3. 記号の効果をめぐって

記号論的意味の問題としてまず注目されるべきものは、前述の、記号（例えば名称）そのものがツーリズムの目的物、ツーリストの誘引物となることであるが、フロントステージとバックステージもこの観点から取り上げられる。

周知のように、フロントステージとバックステージの問題とは、例えばレストランなどでは、通常、料理はバックステージである調理場で準備され、顧客提供用に調えられた形で運ばれてくるから、料理作成の真の（本物の）過程は顧客にはわからない。顧客が接し見る物は美しく仕上げられた結果としてある物だけである。こうした場合、そのレストランの、少なくとも調理の本物の姿は調理室、すなわちバックステージにあるが、顧客は通常それを見ることがないから、顧客は調理の真の本物の姿を見ないで、結果で良否を判断する。



この問題は、周知のように、ゴフマン(Goffman, E.: 文献 G)によって提起され、ツーリズム理論のホットな問題となったものである。これは、これまでは主として本物性の問題として論じられてきたが(この点について詳しくはΩ 1、72-81 頁を参照されたい)、カラーはこれを、記号論の観点から記号論的意味の問題として考察している。それは、記号論の観点からすれば何よりも、そうした物品の製造・提供に従事する人たちの間で用いられている業界用語や当事者のみに通用するサインや符号の意義にかかわる問題であり、当該物品の製造・提供の秘密に関係する問題であって、記号論的には、次の2つの機能が注目されるべきものとなる。

すなわち、一方では、ツーリストが直接的製造過程、例えば調理場の作業を直接的に見聞すれば明らかになるはずのものが、フロントステージとバックステージとが分離されていると、ツーリストには変造して見せられること(corruption)がありうるものであるが、記号論的分析にはこうしたことを防ぎうる(prevent)機能があることである。

他方では、ツーリストが単なるツーリスト的関心や興味から行いうかもしれない無配慮な言動に対し、その仕事の従事者が怒りを爆発させることがありうるが、そうしたことを防ぎうるかもしれない機能があることである。これを記号論的研究の側から別言すれば、こうしたこともあり、ツーリズム研究は記号論的研究を豊かなものにする分野と位置づけられることになる。

以上を総括しカラーは、ツーリズム目的地を効果的なものとして作り出し、そしてそれが成功するかどうかは、要するに「記号論的メカニズム」に依存するところが大きいというのであるが、他方、「そのメカニズムの作用はローカルの条件依存的な(contingent)ものである」ことも強調し、それが成功するかどうかは、結局のところ、「ツーリズム目的地とツーリスト訪問可能性とのネットワークのいかんである」と規定している(C4, p.10)。

その一方、カラーは「ツーリズムシステムは、空港など多くのインフラを生み出してきた多国籍資本主義(multinational capitalism)の世界的な体制とともに進んできたものであり、……現在のツーリズムが、文化の記号還元化(reduction of cultures to signs)のもとに資本主義的な世界体制を覆うマスクとなり、資本主義的な世界体制の基礎になっている搾取(exploitation)と、それへの同質化を隠蔽するものの意義と効果をマスクするものとなってきたことを否定することは、誰にもできないであろう」と述べている(C4, p.10)。

ただし、この問題に関連してカラーは、ジェームソン(Jameson, F.: 文献 J)によるポストモダン批判論(この点について詳しくはΩ 3 参照)を引き合いにだし、そうした立場にたって「ツーリズムを非難することは、道徳的には満足感が得られることであろうが、しかしそのような非難行為は、いかなる文化や社会的秩序のもとにおいても根付き、中心的位置を占めるものとなっている記号現象(semiosis)から逃れうるという素朴な考えを生むことになり、そうした記号的機構(semiotic mechanisms)を究明しうる可能性

を自ら断ち切るものとなることを、私は危惧する」と述べ、最終結論としている(C4, p.10)。

カラーの所論は以上とし、本稿においては次に、マキアーネル(MacCannell, D.)が1999年の著(文献 M1)の第6章“A Semiotic of Attraction”で論究しているものをレビューする。マキアーネルの記号論的所論に対しては、後述のように、2011年にラウ(Lau, R.W.K.)による批判(L1, L2)があるが、マキアーネルの所論により本格的な記号論的ツーリズム研究は確立されたといってもいい。ただし、以下次項における本稿の論述については次の点をお断わりしておきたい。すなわち、マキアーネルの書のうち本稿が対象にする記号論の部分では、tourismとsightseeingとの2つの用語があり、本稿筆者のみるところ、両者は区別なく使用されているので、次項の論述では、両者はともに“観光”と表記している。

### Ⅲ. マキアーネルの記号論的観光理論をめぐって

#### 1. マキアーネル説の原理的観点

マキアーネルの記号論的観光理論を特徴づける原理的な考え方は、次の諸点にまとめられる。まず、土台となっている記号論は、現代記号論の祖といわれる、ソシュールとパース(Peirce, C.S.)の伝統的(構造主義的)記号論に立脚したもので、ソシュールが唱えた、既述のシニフィアンとシニフィエとの2要素論を基礎にしつつ、パースの考え方も取り入れて、シニフィアンとシニフィエとは別の「実在のもの(object: référent (一般に指示対象と訳される))」があることを前提にするものである。

つまりマキアーネルでは、記号現象はシニフィアン、シニフィエ、レフェランの3要素から成るものとされているが(M1, p.118: 訳書, 143 頁)、ただしこの場合看過されてはならないことは、記号現象が3要素から成るものとしても、それがどのような3要素をいうかは論者により異なることである。パースの所説ではこれは実在の対象(object)、その表示物(representamen: 通常は「代表項」と訳される)、およびその解釈物(interpretant: 通常は「解釈項」と訳される)の3者とされている(C2 訳書, 8 頁)。つまりパースの場合、正確にいえば、ソシュール説というシニフィアン・シニフィエという用語は用いられていない(この点について詳しくは後述)。

これは便宜的に図1のような三角形で示されることが多いが、パース自身はこうした図示をしていない(P1, p.30)。このためもあり、この三角形の形は論者により作図上違いがあることが多い。なお、この三角形で底辺が点線となっているのは、その関係が直接的なものではないと解されるためである。これが直接的関係というのは常識上の大きな誤解とされている。

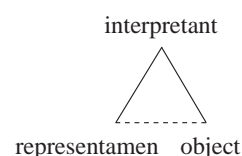


図 1: パース記号論の三角形

(出所: P1, p.31 による)

マキアーネルの記号論的観光理論では、(ソシュール説でシニフィアンとよばれるものが) 前記のカラーと同様にマーカー (marker) とよばれ、その実質的実態は情報と規定されている。一方、(マーカーの受け手で起きる) 表象はサイト (sight) とよばれ (M1, p.109: 訳書 132 頁)、観光領域の独自性がまずこうした形で提示されている。ただしマキアーネルの記号論的観光理論ではサイトという場合は厳密には、(例えば都市の場合) 当該都市全体をいうのではなく、そのなかの個々の場所 (例えばある区域、建物や施設等) をいうものである。

このため、記号論的定式では一般に記号 (sign) は、「何物か」を「誰か」に「提示する」という3者の関係として示されるのに対し、観光では、まず記号に当たるものが「観光誘因 (attraction)」とされ、それが記号論的定式では「マーカー」が「観光客」に「サイト」を示すものと規定される (図2 参照: M1, pp.41, 110: 訳書 47, 133 頁)。このことは種々の意味をもつが、何よりも、観光では「何か」が観光客にとって「観光誘因」となるためには、それに適したマーカーを付けて提供される必要があるということを意味するものと解される。

記 号 = [誰か] に [何か] を [提示する] 観光誘因 = [観光客] に [サイト] を [マーカーする]
---------------------------------------------------------------

図2: 記号と観光誘因の記号論的定式

(出所: M1, p.110: 訳書, 137 頁)

従ってマーカーは、サイトとの関連でみた場合、「特定サイトの情報」すなわち「サイトマーカー」たるものである。ただしこの場合マーカーには、当該サイトに密着したものと、それから離れた所でも可能なものがある。前者は「サイト密着のマーカー (on-sight marker)」、後者は「サイト分離のマーカー (off-sight)」として区別される。

このうえにたつてマキアーネルは、観光の記号論の原則というべきものを提示しているが、その総論的な原理的観点となっているものは次の諸点である。

第1にマキアーネルは、そうした記号現象があくまでも社会的事実たるものであることを強調している。例えば記号論でよく問題となる「シニフィアンとシニフィエとの間の違いは、すべてそれが社会的価値の1つのシステムに覆われているためである」と論じている (M1, p.119: 訳書 144 頁)。従ってシニフィアンとシニフィエとの間の関係、例えばある言葉や記号で代表される表象・イメージは、社会が異なると異なるものになる。ただしこの (社会が異なるとシニフィアンで表象されるもの (シニフィエ) も異なるという) 原則には、それを和らげるもの、つまり例外的な作用を行うものがある。それはマキアーネルによると、宗教、資本主義的生産様式および現代ツーリズムの3者である (M1, p.119: 訳書 145 頁)。

第2に、ソシュールが強調するシニフィアンとシニフィエとの間の恣意性の原則は、少なくとも観光でいえば、その土台に

は相互に置き換え可能性 (interchangeability) という根本原則があつて、それから生まれる必然的な結果 (corollary) と理解されるべきものであるとされている。ただしシニフィアン・シニフィエとの関係について、最近では、ソシュールが言ったような恣意的なものではなく、類似的なもの (similarity) もしくは相似的なもの (analogy) と考えるべきであるという見解が強まっている (詳しくはΩ 9)。

この問題ではマキアーネルは、日常会話ではシニフィアンとシニフィエの間には一定の確定性がみられると主張するだけではなく、観光の記号現象で根本になっているのはシニフィアンとシニフィエとの変換性、すなわち「マーカーとサイトとの変換性 (transformation)」であると主張し、それを端的には「マーカーによるサイトの支配 (the domination of a sight by its markers)」と特徴づけている (M1, p.123: 訳書 149 頁)。

それは、当然の結果「マーカー→サイト→マーカー」という循環的な変換過程を含むものであつて、一言でいえば「マーカーのサイト化」であり、故に「サイトのマーカー化」でもある。ここに、少なくとも今日の観光の特性があるとマキアーネルは言うのである。かれによれば、こうしたことは、たまたま起きる時もあるというような副次的なものでは決してなく、今日の「観光行為では本質的な事柄」と規定されるものである (M1, p.121: 訳書 146 頁)。そしてこうしたことが起こる理由として次の事情を挙げている。

それは、観光客はそれぞれの観光目的に応じてそれに適した観光地を訪ねるものではあるが、その際事前に入手したガイドブック等における情報や、最初に訪れた (接触した) 観光地での印象 (情報) を持って当該観光地に来ることが多いものであるが故に、そうした事前の情報がその後における観光行動の基準になる。それ故、こうした情報 (マーカー) が観光地 (サイト) のあり方を支配するものとなる、ということである。

このうえにたつてマキアーネルは、「シンボルとしてのマーカー (the marker as symbol)」について言及している。観光用シンボルとは何かについて、マキアーネルは、当該観光対象の一部だけを示したようなものではなく、たとえ部分だけを示したものであつても、なんらかの意味でとにかく全体 (the whole) を象徴するものであることが絶対条件であるとする。そしてそれは、定義的には「観光用シンボルは、『これまでの慣例的 (conventional) なサイト→マーカー→サイト転換』で示される」ものとする。

マキアーネルの記号論的観光理論についての所論は以上とし、次に、既述で一言したラウによるその批判について要点をレビューする。マキアーネルの所論は本格的な記号論立脚的なツーリズム理論として評価されるものであるが故に、それに対する批判も重大な関心事になる。

## 2. ラウによるマキアーネル説批判

ラウによるマキアーネル説批判の第1点は、方法論的にもともとマキアーネルの所論では「ソシュール説とパース説との混



同 (confused) がある」という点にある (L2, p.283)。ソシユール説とパース説との端的な違いは、現実の対象 (マキヤーネル説でいう「指示対象」) を認めるかどうかである (C2 訳書, 8 頁)。理論の全体的性格からみても、パース説では原理的に現実を基盤にしているが、ソシユール説ではそうではない。これは、ソシユール説では記号のなかでも言語に重点があり、そして「言語は現実を反映する (reflect) ものではなく、むしろ現実を構成する (construct) ものとしてとらえられている」ためである (A2, p.38)。ソシユール説でいうシニフィアンとシニフィエとは本来そうしたものであり、パース説のように原理的に現実を基盤としたものではない。こうした原理的な違いがマキヤーネルの所論では認識されていない、とラウはいうのである。

ただしこの点は、マキヤーネルとしては、それほど批判されるものではないのではないかと。というのは、パース説に立ちつつも、パースのいう対象 (オブジェクト) 以外の 2 要素については「これをソシユール説でいうシニフィアンとシニフィエという用語で示す」例は、マキヤーネル以外にも結構多くあるからである (例えば P1, p.34)。本稿筆者としてもこの 2 要素は、パース説でも結局なんらかのレベルや形においてソシユール説と同様な構成的なものとならざるをえないと料する。

しかしこの点はラウでは、マキヤーネル批判の第 2 点に関連している。それは、マキヤーネル説ではポストモダンの記号論の立場が十分に理解されていないという点にある。ラウによると、この点においてポストモダン論的記号論は、ソシユールの考え方になつた。すなわちこの点からみるとポストモダン論とは、現実実在のもの (もしくは指示対象) を記号現象の枠外と考えるという考え方にたつものである。

この点についてラウは次のように書いている。「(ソシユールの理論では) 現実の対象は、方法論的には、言語現象 (記号現象 (semiosis) と同義) の枠外のもの、すなわちそれから抽象化されたもの (abstract) であるが、しかしパースの理論ではそうなのではない。……ポストモダン論ではソシユールの説が可とされ、用語的にもこの立場がとられる。筆者 (ラウ) もこの慣例的方法に従っている」 (L1, p.712)。

つまりソシユール説では、シニフィアンとシニフィエとは特定の事柄を示すという場合でも、「それは、当該事柄の内在的な (intrinsic) ものに基づくのではなく、単に慣例的なゆえん (convention) によるだけのものとなる。…そして、こうした反本質主義 (anti-essentialism) がポストモダンの中核を成すものとなっている」。しかしこのことが、マキヤーネルの所論では明解ではない。従ってポストモダン以前の考え方とポストモダンのそれとが的確に区別されず、混在しているというべきところがある、というのである。ラウによるマキヤーネル批判の究極的焦点はここにある。本稿筆者では、これは大いに聞くべきものであるが、しかしポストモダン批判として改めて論じられるべきものであると考える。

ラウは、以上の根本的な考え方に対する批判のうえにたつて、マキヤーネルの所論の具体的内容について、例えばその

中心的地位を占めるところの、「サイトを記号とみる点」、「本物性」、「巡礼としてのツーリズムの把握」の 3 点について同様な問題点、すなわち理論的な不充足性があるという。

すなわちラウによると、このうち、「本物性」と「巡礼としてのツーリズムの把握」とはツーリズムにとって本質的な概念 (essentialist concepts) であるが、「サイトを記号 (マキヤーネルでは正確にはマーカー) とみる点」にはこのような本質性がない。故に「サイトを記号とみる点」は、そもそも「このように定式化すること (formulation) 自体が誤りであり、これを是正しないと、『本物性』『巡礼としてのツーリズムの把握』との理論的整合性も生まれない」というのである (L1, p.711)。

この場合特に問題であるのは、マキヤーネルでは「マーカーは要するに情報である」と定義されることによって、例えば古戦場等について現状を伝えるだけのものとなり、そこで往時戦いがあったという事績などは無視もしくは軽視される恐れがあることである。つまりラウによると、マキヤーネルのようにシニフィアンを単なるマーカーと位置づけるようにすると、その観光地についての情報が単純なものとなる。例えばそこへ行く交通手段等の説明だけのものとなり、その場所の歴史的な事績は正しく伝わらないようなものになってしまう、というのである。

この点についてラウは次のように述べている。「マキヤーネルで行われている『サイトを記号とみて、それをマーカーとして表現すること』は、例えば本物性の概念とは両立しない。精々それを補完するだけのものである。というのは (マキヤーネルの考え方でも) 例えばツーリズムは巡礼という考え方にたち、そうした心づもりのツーリストがこうした所を訪れるのは、そうした所に本物性がある、それがシニフィアンという場合にはツーリストに伝わるからである。…多くのサイトが観光客を誘引し、ツーリズムの的となるのは、その土地に内在的なエッセンスたるものがあるからである」 (すなわち、単なるマーカーというようなものではなく、そうしたことが期待できない) とラウは結論づけている (L1, p.714)。

マキヤーネル説については以上とし、次にラウの所説でも論点の 1 つとなっているポストモダン論的観点も視野に入れて、ツーリズムの記号論的研究の形を提示している、バーガー (Berger, A.S.) の 2011 年の論考 (文献 B3) を取り上げる。ポストモダンをどのようにとらえ、理論的に対処するかは、記号論立脚的なツーリズム理論でも避けては通れない問題であり、こうした観点からもバーガーの所論は注目されるものである。

#### IV. バーガーのポストモダン論立脚的記号論的ツーリズム論 1. 基本的原理

バーガーの論考で特徴的なことは、それを構成する 3 要因、すなわち「ポストモダン」、「記号論」、「ツーリズム論」について、それまでの代表的な論者に依拠し、その論述を出発点として自説に応用し、展開しているところが多いことである (B3, p.2)。

例えば、その論考の冒頭においてソシユールから「概念というものは純粋に差異化的なもの (differential) であって、その

積極的内容（概念の表象物すなわちシニフィエ）によって定義される（define）ものではなくて、当該概念のシステムのなかにある他の概念との関係によって消極的に定義されるものである」という規定を引用し、出発点としている。

また、ツーリズムについては、マキアーネルから「ツーリズムとは要するに差異化の行われる場である」という命題を引用し、さらにマキアーネルが「ツーリズムとは、ツーリズム活動の記号論的性質の理解していないトラベラーたちによってなされている、応用的記号論（applied semiotics）の実践の場として理解されうる」と述べているところを引用し、出発点としている。

ただしツーリズムの性格については、バーガーは次のような立場をとっている。すなわち、少なくともマキアーネル説で前提になっているツーリストは、一般的象徴的にはモダン時代の人間であるが、バーガーとしては「現代のツーリストをより効果的に描くにはポストモダンが出発点になると考えるべきである」という見解をとるべきであるというのである（B3, p.3）。

これらのうえにたつてバーガーは、自己の積極的主張として次の3つの命題を提示している。第1に、ツーリズムは記号論的活動である。第2に、こうした考え方にたつと、すべての活動は記号論的に解明されるものとなるから、記号論は「帝国主義的志向を持った科学（imperialistic science）」というべきものとなる。第3に、現在のツーリズムは、要するに、ポストモダンの記号論的活動（postmodern semiotic activity）であり、マスの現象（mass phenomenon）ではあるが、現代的差異化が進んだものである。

このうえにたつて、リオタール（Lyotard, J.）、パース、パース（Barthes, R.）、ワン（Wang, N.）などの所論を参照して、次のような補足的命題を示している（B3, p.4ff.）。

## 2. 補足的原理

その第1は、ツーリズムについてマキアーネルが既述のように「ツーリズムとは要するに差異化の行われる場である」と規定している点にかかわるものである。この点についてバーガーは、マキアーネルが次のように書いているところを、すなわち「サイトシーイング（sight-seeing）とは社会における差異化について行われる1つの儀式とっていいものである。つまり、サイトシーイングはモダン時代にあった全体の一律性を超えようとする集団的努力の1種である。すなわちモダニティ・モダン性の不連続性を乗り越えようとする1つの方法であり、モダン性によりもたらされている断片化された物事を、総合的な経験のなかで一体化をもたらしようにするものである」（M1, p.13; 訳書13-14頁）と述べているところを引用し、次のように論じている。

すなわちバーガーは、ここでマキアーネルが“sight seeing”と書いているものは、記号論の観点からは“sign seeing”とすべきものであり、簡潔に言えば、ツーリズムはあくまでも「記号消費の1形態（a form of sign consumption）」と規定されるべきものであるというのである。

この場合、記号とは具体的にどのようなものをいうのか。これがバーガーの補足的原理の第2のものである。ここにおいてバーガーは、さしあたりまず、記号論者パースの見解に依拠し、パースがツーリズムにおいて外国文化のサイト（sight）を検討する場合の基準となるものは、モデル的には次の3者であるとしているところを引用している。それは、①光（flash）、②重要な文化的サイン、③ただし、ツーリズム希望国についての凝集的な姿（coherent picture）ではないもの、という3者である。

ただしこれに対してバーガーは、次のように自己の見解を追加的に提起している。すなわち、これはいわば“優秀な（good）”ツーリストが前提で、「実際には、多くのツーリストたちは、とにかくできる限り多くの場所を見て廻ろうとするものであるから、自分たちが見る場所の意義などについては深い分析や理解をする努力などはしないものたちである」というのである（B3, pp.7-8）。本稿筆者としては、バーガーのこの言葉に異論はないが、ツーリストたち、あるいはそのツーリズム活動の企画者・引率者であるツーリズム業者が、少なくとも第一には、上記のパースのいう「光」というべき所に照準を合わせるものであることは、否定できないと思う。

さらに、日本でかなり強く、かつ意識的に行われている「観光」と「(カタカナの) ツーリズム」との違いという観点からすると、パースがツーリズム先選択基準として第1に「光」を挙げていることがきわめて注目されるべきことと思われる。というのは、「観光」は字義通りにいえば何よりも「光を観るもの」であるからである。

バーガーに戻ると、バーガーは第3に、マキアーネルがいうように「ツーリズムは要するに差異化である」とするならば、それには、風景などの差異化のみならず、衣・食・住についての差異化も含まれるものとなるから、こうした点を含めて少なくとも2種の差異化を区別すべきであるという。すなわち「弱い差異化」と「強い差異化」とである。そして前者を「日常的差異化（everyday life difference）」、後者を「エキゾチック（exotic）差異化」と名づけ、後者のような差異化が現存することを直視し、これを前者の差異化に解消しないことが肝要と強調している。これは、今日でも特に国際的ツーリズムでは重視されるべき観点であると思われる。

第4の補足的原理としてバーガーは、ポストモダンにおけるツーリズムのあり様についてイメージの分析視角を挙げている。まず、ポストモダンについてのバーガーの所論は、リオタールが提起した概念の域を出るものではないが、しかしバーガーはそのうえにたつて、少なくともツーリズムに関する記号論的研究ではボードリヤール（Baudrillard, J.）の「シミュレーション（simulation）」の理論（文献B1）などを考慮に入れるべきであると主張していることが看過されてはならない（cited in B3, p.16 ff.）。

ボードリヤールのシミュレーション理論は、バーガーのみるところ、ツーリズム研究の記号論的観点からは、イメージには次の4つのレベルがあるとするところに要点がある。①現実を反映しているレベル、②現実をマスクし歪めて示しているレベル、



③存在しない現実をあるように見せかけているレベル、④とにかく現実とはなんら関係のないものを示しているレベル。

その際ボードリヤールは、第4のレベルにかかわって、ポストモダンにおけるシミュレーションにおける記号の意義について、それは現実にかかわっている表象 (representation) とはいえないものであって、現実となんら結び付きがないものであり、それが例えばハイパーリアリティとして提示される。故にそこで指導原理となっているものは、本物性ではなくて娯楽性 (amusement) であり、自然性 (natural) ではなくて人工性 (artificial) であると論じている。

この点についてバーガーは、総括的に、「シミュレーションを土台とする社会では、ポストモダン思想により本物性などには全く関心のないものとなった。ポストモダン社会ではこうした考え方のもとに本物性は、もはやツーリストにとって主たる関心事ではなくなった。つまり、それが自然的なもの、あるいは真正のものかどうかは、どうでもいいことになった」と書いている。そしてワンが同様なことを、すなわち「ツーリストたちはオリジナルなものの本物性には関心を有しないものとなっている」と書いているところを引用している (cited in B3, p. 17)。

その土台となっているポストモダン社会はどのようなものとしてとらえられているのか。これが第5点である。この点についてバーガーは、まず、リオタールのポストモダン論からいえば、ポストモダン社会は取捨選択主義で、「何でもあり (anything goes) 主義」の社会になるが、「その背後にあって根本的統合的局面を作り出すものは貨幣 (かね) であり、従ってわれわれは、ポストモダン社会とは、事物の購買力のいかににより人々の生活スタイルが取捨選択的に決まる消費者社会であると認識しなくてはならない」と宣している (B3, p. 15)。

これは基本的には、ジェームソンらにより提起されている「消費者社会としてのポストモダン社会論」という命題と軌を一にするものであるが、しかしバーガーは、こうしたポストモダン社会では、すべての人間が貨幣により動かされる同質的なものとなるのでは毛頭ないことを指摘している。この点でバーガーは、記号論の観点から注目されるものとして、ダグラス (Douglas, M.: 文献 D1) が人々の購買行為に現れるライフスタイルから次の4タイプに分けているところを紹介している (cited in B3, pp. 20-21)。

すなわち、①個人の独自性を重要と考える個人主義者 (individualist)、②形式的秩序や慣例を重視する階層主義者 (hierarchical)、③形式的秩序否定的な平等主義者 (egalitarian)、④社会から隠退的な孤独主義者 (isolates: fatalists)。そしてダグラスは、特にツーリズム先の決定では、結局、こうしたライフスタイル的な考え方で決まることが多いとしている。

このうえにたってバーガーは、「これによれば、ツーリストにも4種のものがあり、かれらが旅行について決定するときには、できる限り自己のライフスタイルに合わない者と行動を共にすることを避けようとするものである」と述べている (B3, p. 21)。

以上のバーガーの所論で何よりも注目されることは、ポストモ

ダン社会のツーリズムでは娯楽性が優先され、本物性はあまり重要性のないもの、娯楽性に従属したものとなるとされていることである。こうした考え方からすると、ツーリズム上の記号・記号論的意味の意義はどこにあるかが改めて問われることになる。

## V. 結—日本 (語) の観光についての積極的な概念規定のために

以上本稿では、ツーリズム研究における記号論的分析として先駆的なカラー、本格的な体系的な記号論的観光理論を提示しているマキアーネルの所論、そして近年のポストモダン批判をも斟酌したバーガーの主張を考察した。これらはほぼ10年の間隔にあるものであり、これによりこれまでの経緯を概ね把握しうるものと思われる。なかでもバーガーのそれは比較的最近のもので、少なくとも近年における記号論立脚的ツーリズム論の問題意識を示したものの1つとみられる。

本稿筆者としては、これらの所説からみても、日本 (語) における「観光」と「(カタカナの) ツーリズム」との関連、とりわけ「観光」という用語の存在意義は、記号論の観点からより良く解明されるものと思われる。しかし本稿では、すでに本文中で指摘した点以外は、さしあたり次の点のみを述べ、全面的展開は後日の課題とさせていただく。

ここで改めて指摘しておきたいことは、カラーがトラベルとツーリズムについて提示している論究と同じような意味において、日本 (語) の観光と (カタカナの) ツーリズムについても論究するに値する領域があることである。ただし日本 (語) の観光と (カタカナの) ツーリズムにおいては、英語の travel と tourism についてカラーが指摘しているような、一方を貶置したりするような論争的なものはない。

しかし日本では、すでに詳しくは別稿 (Ω 6) で論じているように、観光とツーリズムを意識的に分離し、ツーリズムとよんでいいような場合にも意識的に観光という言葉を用い、かつ英語の tourism を無前提的に観光とよんでいる場合が比較的多くみられる。このように (ツーリズムではなくて) 観光という用語が好んで使用されるのは、これによって、英語で tourism といわれるものを、「光を観るもの」として社会的により正当なものとして受け入れられるようにすることに意図があると思われる。

このことは、最も根本的には、レジャー享受行為がもともと道徳的に必ずしも正当なものとされず、働くことや働く時間とくらべて何か罪惡的なニュアンスのあるものと考えられているところに、少なくとも1つの起因があると思われる。その一例を挙げると、例えば世界的なレジャー活動理論家であるロジェク (Rojek, C.) は、2010年の著 (文献 R, p. 1) で、レジャーは要するに「自由時間における行動 (free-time behavior)」であるが、それは一体「何からの自由なのか」、そして「誰からの自由なのか」が問われなくてはならないと論じている。

これは根本的にはレジャーについて消極的観点にたつものと



いっていいが、こうした観点にたつと、レジャー活動の主たる部分をなすツーリズムについて、その振興を図ることなどは社会的に正当なこととは考えられ難い。それ故、ツーリズム振興については、それが単に地域やツーリズム関係者の経済的水準の向上に役立つだけのものではなく、何よりもツーリストの人間としての発展・充実に役立つものであるという認識をもつことが肝要であると思料する。そのためには、現代に合った観光概念の理論的充実化が必要である。

ちなみに世界観光機関は、1999年に採択した「世界ツーリズム倫理憲章 (Global Code of Ethics for Tourism)」7条において、世界のすべての人には「ツーリズムの権利 (Right to Tourism)」があるとうたっている(文献W)。これに照応し、ブラジル憲法(180条)では「国、政府、連邦各州ならびに都市は、社会的経済的発展の一要因としてツーリズムを促進し奨励するものとする」と規定しているといわれる(文献A1, p.111による)。今やこうした考え・主張は、多くのツーリズムの理論や実践にとって当然のものとなっている。

例えば、イギリス・ウエールズ大学のセドグレイ (Sedgley, D.) / プリチャード (Pritchard, A.) / モーガン (Morgan, N.) は、2011年、かれらの主張するホープフル・ツーリズムに関連させて、人間には「旅行の権利 (travel as a right of citizenship)」があると論じている (S, p.425)。また、ベルギーのベランゲル (Bélanger, C.É.) とカナダのジョリン (Jolin, L.) は、2013年の論考において、ヨーロッパで一般的考え方になっている「みんなのツーリズム」のスローガンに合わせて、「みんなの休暇とツーリズムの権利 (a right to holidays and tourism for all)」が現実のものになっていると論じている (B2, p.103)。

こうした「観光もしくはツーリズムは権利」という考え方は、遡れば、『世界人権宣言』13条に規定されている「移動の自由・権利」に究極的淵源があるものと思われるが、このことは、わが国では、記号論的には、本稿筆者のみどころ、それが単に「ツーリズム」と表現されるのではなく、「観光」として、すなわち「光を観る」こととして示されることによってより強い(記号論的)意味を持つものとなる。観光振興という場合もツーリズム振興ではこの意味が弱い。このためには、少なくとも観光についての、以上のような記号論的心構えが必要である。観光についてのマーケティング・辺倒的な、ブランド論的な分析ではない、記号論的分析である。本稿は、そのための序章的なものである。

こうした観点からも、記号論的立脚のツーリズム研究では、今日では、さしあたりマキアーネル説のレベルを超えたものが不可欠であると思料する。また、時代思潮としては、ポストモダンを批判・超克せんとするトランスモダンの考え方にたつことが不可欠である(この点についてはΩ 2, 3, 4を見られたい)。しかしこうした時代思潮や記号論枠組みを踏まえたツーリズム論の展開は、後日の課題とさせていただきます。

## 参考文献

- A1: de Almeida, M.V. (2013), The Development of Social Tourism in Brazil, in: Minnaert, L., Maitland, R. and Miller, G. (eds.), *Social Tourism: Perspectives and Potential*, London: Routledge, pp.111-117.
- A2: Amaglobeli, G. (2012), Semantic Triangle and Linguistic Sign, *Scientific Journal in Humanities*, Vol.1, pp.37-40.
- B1: Baudrillard, J. (1983), *Simulations*, New York: Semiotexte.
- B2: Bélanger, C.É. and Jolin, L. (2013), The International Organisation of Social Tourism (ISTO) Working towards a Right to Holidays and Tourism for All, in: Minnaert, L., Maitland, R. and Miller, G. (eds.), *Social Tourism: Perspectives and Potential*, London: Routledge, pp.103-110.
- B3: Berger, A.A. (2011), Tourism as a Postmodern Semiotic Activity, *Semiotica*, Issue 183, (pp.105-119), Draft, retrieved November 10, 2014, pp.1-28, from, <http://www.degruyter.com/view/j/semi.2011.2011.issue-183/semi.2011.0006/semi.2011>.
- B4: Boorstin, D. (1967), *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, New York: Atheneum.
- C1: Chandler, D. (last modified October 22, 2014), Semiotics for Beginners, Introduction, retrieved December 20, 2014, pp.1-13, from, <http://visual-memory.co.uk/daniel/documents/S4B/semiotics.html>
- C2: Chandler, D., Semiotics for Beginners, Signs, (邦訳「初心者のための記号論—記号—」, retrieved May 5, 2015, pp.1-19, from, <http://www.wind.sannel.ne.jp/masa-t/kigou/kigou.html>)
- C3: Corso, J.J. (2014), What Does Greimas' s Semiotic Square Really Do? *Mosaic (Winnipeg)*, Vol.47, pp.69-89.
- C4: Culler, J. (1990), *The Semiotics of Tourism, Framing the Sign: Criticism and its Institutions*, University of Oklahoma Press, retrieved November 10, 2014, pp.1-10, from, <http://web.mit.edu/allanmc/www/culler1.pdf>
- D1: Douglas, M. (1997), In Defence of Shopping, in: Falk, P. and Campbell, C. (eds.), *The Shopping Experience*, London: Sage.
- D2: van der Duim, Ren, C. and Jóhannesson, T. (eds.) (2012), *Actor-Network Theory and Tourism: Ordering, Materiality and Multiplicity*, London: Routledge
- E: Eco, U. (1976), *A Theory of Semiotics*, Indiana University Press. (池上嘉彦訳 (1996)『記号論I、II』岩波書店)
- G: Goffman, E. (1963), *Behavior in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatebearings*, New York: Free Press.
- H1: Hawkes, T. (1977, 2003), *Structuralism and Semiotics*, London: Routledge.
- H2: Høstaker, R. (2005), Latour—Semiotics and Science Studies, *Science Studies*, Vol.18, pp. 5-25.
- J: Jameson, F. (1984), Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism, *New Left Review*, No.146, pp. 53-92.
- L1: Lau, R.W.K. (2011), Tourist Sights as Semiotic Signs: A Critical Commentary, *Annals of Tourism Research*, Vol.38, pp.711-714.
- L2: Lau, R.W.K. (2014), Semiotics, Objectivism & Tourism, An Anti-Critique, *Annals of Tourism Research*, Vol.44, pp.283-284.
- L3: van Leeuwen, T. (2005), *Introducing Social Semiotics*, New York, Routledge.
- M1: MacCannell, D. (1999), *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, University of California Press. (安村克己 / 須藤廣 / 高橋雄一郎 / 堀野正人 / 遠藤英樹 / 寺岡伸悟訳 (2012)『ザ・ツーリスト: 高度近代社会の構造分析』学文社)
- M2: Martin, B. and Ringham, F. (eds.) (2000), *Dictionary of Semiotics*,

London: Cassell.

- M3: Mick,D.G., Burroughs,J.E., Hetzel, P. and Brannen,M.Y. (2004), Pursuing the Meaning of Meaning in the Commercial World: An International Review of Marketing and Consumer Research Founded on Semiotics, *Semiotica*, (Vol. 2004), pp.1-74.
- P1: The Peircean Model, retrieved March 15, 2015,pp.30-48, from, [http://www.indiana-edu/~slavicgf/e103/assignments/Chandler\\_ch1pt2.pdf](http://www.indiana-edu/~slavicgf/e103/assignments/Chandler_ch1pt2.pdf)
- P2: Percy,W. (1975), *The Message in the Bottle: How Queer Man Is, How Queer Language Is, and What One Has to Do with the Other*, New York: Farrar.
- R: Rojek,C. (2010), *The Labour of Leisure*, London: Sage.
- S: Sedgley,D., Pritchard,A. and Morgan,N. (2011), Tourism and Aging: A Transformative Research Agenda, *Annals of Tourism Research*, Vol.38, pp.422-436.
- W: WTO (1999), Global Code of Ethics for Tourism, retrieved January 10, 2015, from, <http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism>. (訳「世界観光倫理憲章」、retrieved January 10, 2015, from, <http://www.jtbcorp.jp/csr/unwto/>)
- Ω1: 大橋昭一 (2010)『観光の思想と理論』文真堂
- Ω2: 大橋昭一 (2014a)「トランスモダニティ論の勃興—現在の社会をどうとらえるか：その基本的一類型—」『和歌山大学・経済理論』376号 103-128 頁
- Ω3: 大橋昭一 (2014b)「ポストモダンからトランスモダンへ—現代社会のとらえ方の転換点—」『和歌山大学・観光学』11号 1-12 頁
- Ω4: 大橋昭一 (2014c)「今日における協働体のとらえ方—ラトゥールのアクターネットワーク理論の研究—」『和歌山大学・経済理論』378号 81-101 頁
- Ω5: 大橋昭一 (2015a)「アクターネットワーク理論の進展過程—物質主義志向的アクターネットワーク理論を中心に—」『和歌山大学・経済理論』379号 41-62 頁
- Ω6: 大橋昭一 (2015b)「観光 (*Kanko*) を世界的用語に!」『和歌山大学・観光学』12号 49-50 頁
- Ω7: 大橋昭一 (2015c)「経済理論の記号論的展開過程—構造主義的(伝統的)な記号論を中心に—」『和歌山大学・経済理論』381号 83-102 頁
- Ω8: 大橋昭一 (2015d)「ブランド理論の記号論的展開過程—近年における記号論立脚のブランド理論の特色—」『関西大学・商学論集』60巻2号 59-79 頁
- Ω9: 大橋昭一 (2015e)「商業・マーケティング領域についての記号論的分析の形成過程—その特色はどこにあるか—」『関西大学・商学論集』60巻3号 81-99 頁
- Ω10: 大橋昭一 (2015f)「記号論的転回の進展過程—記号論立脚のトランスモダン論の提起を目指して—」『和歌山大学・経済理論』382号 83-96 頁
- Ω11: 大橋昭一 / 竹林浩志 (2015)「観光事業論におけるアクターネットワーク理論の意義—ポスト・アクターネットワーク理論をふまえて—」『和歌山大学・観光学』12号 15-25 頁

受理日 2015 年 12 月 10 日